



**UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A**

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN  
PT.GUNUNG HARTA TRANSPORT SOLUTIONS  
DALAM MENINGKATKAN JUMLAH PENGGUNA  
JASA**

**Skripsi**

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel  
Surabaya, Guna Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh  
Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

**Haikal Ferdinand Sudrajat  
NIM. B75217078**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL  
SURABAYA  
2023**

## PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama :Haikal Ferdinand Sudrajat

NIM :B75217078

Prodi :Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi berjudul **STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PT. GUNUNG HARTA TRANSPORT SOLUTIONS DALAM MENINGKATKAN JUMLAH PENGGUNA JASA** adalah benar merupakan karya sendiri Hal-hal yang bukan karya saya, dalam skripsi tersebut diberi tanda sitasi dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar dan ditemukan pelanggaran atas karya skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar yang saya peroleh dari skripsi tersebut.

Surabaya, 10 Juli 2023

Yang membuat pernyataan



Haikal Ferdinand Sudrajat

B75217078

## LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Nama : Haikal Ferdinad Sudrajat  
NIM : B75217078  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi PT Gunung Harta  
Transport Solutions Dalam Meningkatkan Jumlah Pengguna Jasa.

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan.

Surabaya, 20 Juni 2023  
Menyetujui Pembimbing,



Prof. Dr. H. Ali Nurdin, S.Ag, M.Si  
NIP. 197106021998031001

# LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PT GUNUNG HARTA TRANSPORT SOLUTIONS  
DALAM MENINGKATKAN JUMLAH PENGGUNA JASA**

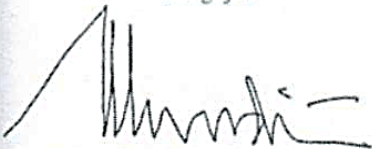
SKRIPSI

Disusun Oleh  
Haikal Ferdinand Sudrajat  
B75217078

Telah diuji dan dinyatakan lulus dalam ujian sarjana  
Strata Satu  
Pada tanggal 10 Juli 2023

Time Penguji

Penguji I



Prof. Dr. H. Ali Nurdin, S.Ag, M.Si  
NIP. 197106021998031001

Penguji II



Pardianto, S.Ag, M. Si  
NIP.197306222009011004

Penguji III



Muchlis, S.Sos,I, M.Si  
NIP. 197911242009121001

Penguji IV



Dr. Fikry Zahria Emeraldien, S.I.Kom, MA  
NIP. 198908282020122016

10 Juli 2023



noirul Arif, S.Ag, M. Fil.I  
1971998031001

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Haikal Ferdinand Sudrajat .....  
NIM : B75217078 .....  
Fakultas/Jurusan : Dakwah dan Komunikasi / Ilmu Komunikasi .....  
E-mail address : haikalferdinand@gmail.com .....

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Sekripsi  Tesis  Desertasi  Lain-lain (.....)

yang berjudul :

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PT. GUNUNG HARTA TRANSPORT

SOLUTIONS DALAM MENINGKATKAN JUMLAH PENGGUNA JASA

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 10 Juli 2023

Penulis



( Haikal Ferdinand Sudrajat )

## ABSTRAK

### **Haikal Ferdinand Sudrajat, NIM B75217078, 2023. Strategi Komunikasi Pemasaran PT Gunung Harta Transport Solutions Dalam Meningkatkan Jumlah Pengguna Jasa.**

Strategi komunikasi pemasaran dalam suatu perusahaan merupakan upaya yang dilakukan untuk meningkatkan pemasaran perusahaan dengan tujuan meningkatkan daya tarik penjualan produk dan jumlah pelanggan. PT Gunung Harta Transport Solutions juga menerapkan strategi komunikasi pemasaran untuk meningkatkan jumlah pengguna jasa, mengingat adanya peningkatan jumlah pengusaha bus. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi implementasi strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh PT Gunung Harta Transport Solutions. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif untuk memberikan gambaran secara detail tentang strategi komunikasi pemasaran yang diimplementasikan.

Hasil penelitian menunjukkan PT Gunung Harta Transport Solutions berhasil menerapkan berbagai aktivitas komunikasi pemasaran dengan sukses, termasuk periklanan, penjualan personal, promosi penjualan, hubungan masyarakat, dan pemasaran langsung. Perusahaan ini berhasil meningkatkan jumlah pengguna jasa dengan cara meningkatkan fasilitas dan layanan yang disediakan. Peningkatan tersebut menjadi bukti kesuksesan strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan. Dapat disimpulkan bahwa periklanan dan pemasaran langsung merupakan strategi yang paling efektif dalam meningkatkan jumlah pengguna jasa setiap tahunnya.

**Kata Kunci : Strategi, Komunikasi, Pemasaran, Peningkatan**

## ABSTRACT

**Haikal Ferdinand Sudrajat, NIM B75217078, 2023.  
Marketing Communication Strategy of PT Gunung Harta  
Transport Solutions in Increasing the Number of Service  
Users.**

The marketing communication strategy in a company is an effort made to improve the company's marketing with the aim of increasing the attractiveness of product sales and the number of customers. PT Gunung Harta Transport Solutions has also implemented a marketing communication strategy to increase the number of service users, given the increase in the number of bus operators. The purpose of this research is to explore the implementation of the marketing communication strategy carried out by PT Gunung Harta Transport Solutions. This study uses a qualitative descriptive method to provide a detailed description of the implemented marketing communications strategy.

The results show that PT Gunung Harta Transport Solutions has successfully implemented various marketing communication activities, including advertising, personal selling, sales promotion, public relations, and direct marketing. This company succeeded in increasing the number of service users by improving the facilities and services provided. This increase is proof of the success of the implemented marketing communication strategy. It can be concluded that direct advertising and marketing is the most effective strategy in increasing the number of service users each year.

**Keywords:** Strategy, Communication, Marketing, Improvement

## خلاصة

هيكل فرديناند سودرجات، ٢٠٢٣، نيم . B75217078 استراتيجية الاتصالات التسويقية لشركة PT Gunung Harta Transport Solutions لحلول النقل في زيادة عدد مستخدمي الخدمة.

استراتيجية الاتصال التسويقي في الشركة هي محاولة لتحسين تسويق الشركة بهدف زيادة جاذبية مبيعات المنتج وعدد العملاء. نفذت شركة PT Gunung Harta Transport Solutions أيضًا استراتيجية اتصالات تسويقية لزيادة عدد مستخدمي الخدمة ، نظرًا للزيادة في عدد مشغلي الحافلات. الغرض من هذا البحث هو استكشاف تنفيذ استراتيجية الاتصالات التسويقية التي تنفذها شركة PT Gunung Harta Transport Solutions. تستخدم هذه الدراسة المنهج الوصفي النوعي لتقديم وصف تفصيلي لاستراتيجية الاتصالات التسويقية المنفذة.

تظهر النتائج أن شركة PT Gunung Harta Transport Solutions قد نفذت بنجاح العديد من أنشطة الاتصالات التسويقية ، بما في ذلك الإعلان والبيع الشخصي وترويج المبيعات والعلاقات العامة والتسويق المباشر. نجحت هذه الشركة في زيادة عدد مستخدمي الخدمة من خلال تحسين المرافق والخدمات المقدمة. هذه الزيادة دليل على نجاح استراتيجية الاتصال التسويقي المنفذة. يمكن الاستنتاج أن الإعلان والتسويق المباشر هو الاستراتيجية الأكثر فاعلية في زيادة عدد مستخدمي الخدمة كل عام.

الكلمات المفتاحية: الإستراتيجية ، التواصل ، التسويق ، التحسين

UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A



## DAFTAR ISI

|  |      |
|--|------|
| PERNYATAAN KEASLIAN KARYA .....                                | i    |
| LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING.....                             | ii   |
| LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI .....                          | iii  |
| MOTTO .....  | iv   |
| ABSTRAK.....   | vi   |
| KATA PENGANTAR.....  | ix   |
| DAFTAR ISI .....   | x    |
| DAFTAR TABEL .....   | xii  |
| DAFTAR GAMBAR.....   | xiii |
| BAB I PENDAHULUAN.....   | 1    |
| A. Latar Belakang Masalah.....                                 | 1    |
| B. Rumusan Masalah .....                                       | 5    |
| C. Tujuan Masalah.....   | 5    |
| D. Manfaat Penelitian.....                                     | 5    |
| E. Definisi Konsep.....  | 7    |
| F. Sistematika Pembahasan .....                                | 8    |
| BAB II KAJIAN TEORITIK .....                                   | 10   |
| A. Kajian Pustaka.....   | 10   |
| 1. Strategi Komunikasi .....                                   | 10   |
| 2. Komunikasi Pemasaran .....                                  | 12   |
| 3. Jenis-Jenis Komunikasi Pemasaran .....                      | 17   |
| 4. Media Komunikasi Pemasaran .....                            | 19   |
| 5. Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan .....              | 38   |
| B. Teori <i>Integrated Marketing Communication</i> (IMC) ..... | 40   |
| C. Kerangka Pikir Penelitian.....                              | 42   |
| D. Kajian Perspektif Islam .....                               | 44   |
| E. Penelitian Terdahulu .....                                  | 51   |
| BAB III METODE PENELITIAN .....                                | 55   |
| A. Pendekatan Dan Jenis Penelitian.....                        | 55   |
| B. Subyek, Objek, dan Lokasi Penelitian .....                  | 56   |
| C. Jenis dan Sumber data.....                                  | 57   |

|   |            |
|---|------------|
| D. Tahap-tahap penelitian .....                     | 59         |
| E. Teknik Pengumpulan Data .....                    | 64         |
| F. Teknik Validitas Data .....                      | 66         |
| G. Teknik Analisis Data .....                       | 69         |
| <b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b> | <b>73</b>  |
| A. Gambaran Umum Perusahaan .....                   | 73         |
| B. Penyajian Data .....                             | 80         |
| C. Pembahasan Hasil Penelitian .....                | 104        |
| <b>BAB V PENUTUP .....</b>                          | <b>128</b> |
| A. Kesimpulan .....                                 | 128        |
| B. Rekomendasi .....                                | 129        |
| C. Keterbatasan Penelitian .....                    | 131        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>                         | <b>132</b> |



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Pengguna Jasa PT Gunung Harta Transport Solutions..... 3



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## DAFTAR GAMBAR

|   |     |
|---|-----|
| Gambar 4.1 Kerangka Pikir Penelitian .....  | 74  |
| Gambar 4.2 Logo PT Gunung Harta Transport Solutions .....   | 74  |
| Gambar 4.3 Dokumentasi bagan PT Gunung Harta Transport Solutions.....                                       | 74  |
| Gambar 4. 2 Dokumentasi Banner Informasi PT Gunung Harta Transport Solutions .....                          | 82  |
| Gambar 4. 3 Dokumentasi Periklanan .....  | 83  |
| Gambar 4. 4.....  | 85  |
| Gambar 4. 5 Dokumentasi Pengguna Berinteraksi Dengan Petugas Tiket.....                                     | 88  |
| Gambar 4. 6 Dokumentasi Pelatihan Service Excellent .....   | 89  |
| Gambar 4. 7 Dokentasi Karyawan Melakukan Checking Dan Memasukkan Barang Bawaan Pengguna Ke Bagasi Bus ..... | 90  |
| Gambar 4. 8 Dokumntasi Salah Satu Atribut Perusahaan .....  | 91  |
| Gambar 4. 9 Dokumentasi Promo Spesial .....   | 93  |
| Gambar 4. 10 Dokumentasi Bus SDD Kelas Platinum Dan Luxury .....  | 95  |
| Gambar 4. 11 Dokumentasi Bus UHD Extra Bagasi .....   | 95  |
| Gambar 4. 12 Dokumentasi Salah Satu Bus Menggunaka Chasis Premium Volvo B11R.....                           | 98  |
| Gambar 4. 13 Dokumentasi Publisitas Melalui Salah Satu Youtuber.....  | 100 |
| Gambar 4. 14 Dokumentasi Pengguna Jasa Membeli Langsung Tiket Pada Loket .....                              | 101 |
| Gambar 4. 15 Dokumentasi Online Ticketing PT Gunung Harta Transport Solutions .....                         | 103 |
| Gambar 4. 16 Dokumentasi Pembelian Tiket Bisa Langsung Di Paltform Traveloka .....                          | 104 |

## DAFTAR PUSTAKA

- Adetunji, Raji R dkk. 2018. *Social Media Marketing Communication and Costumer-Based Brand Equity: An Account of Automotive Brands in Malaysia*. *Malaysian Journal of Communication*, 34(1):1-19.
- Ardianto, Elvinaro. 2010. *Metode Penelitian Untuk Public Relations*. Bandung : Alfabeta.
- Ariani, D. Wahyu. 2009. *Manajemen Operasi Jasa*, (Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Assauri, Sofjan. 2004. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Rajawali Press.
- Bahfein, Suhaela. 2022. *Jumlah Pengguna Angkutan Umum Tembus 9,6 Juta Orang Saat Libur Nataru*. Kompas.com, Diakses pada 2 Juli Pukul 20.03 WIB
- Bogdan & Biklen dalam Pupu Saeful. 2009. *Penelitian Kualitatif*. *Journal Equilibrium*, 5 (9) vol. 1-8.
- Bungin, Burhan. 2003. *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta : Rajawali Press.
- Cecep, Hidayat. 1998. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: IPWL.
- Duncan, Tom .2008. *Principles Of Advertising & IMC, 2nd Ed-International Edition (Series Marketing)*. New York : McGraw Hill Companies Inc.
- Dzilqarnain, Hamzah. 2022. *Strategi Komunikasi Pemasaran Universitas Muhammadiyah Magelang*. (online) Skripsi, diakses pada 10 April 2022 pukul 14.00 WIB.
- Effendy, Onong Uchjana. 1981. *Dimensi-Dimensi Komunikasi*, Bandung : Alumni.
- Effendy, Onong Uchjana. 1997. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Effendy, Onong Uchjana. 2002. *Dinamika Komunikasi Cet. Ke-6*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Effendy, Onong Uchjana. 2006. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung : Remaja Rosda Karya.

- Firmansyah, M. Anang. 2020. *Komunikasi Pemasaran*. Pasuruan : CV. Penerbit Qiara Media.
- Gunung Harta. 2022. "*Profil Perusahaan*". diakses tanggal 3 April pukul 20.00 WIB.
- Hermawan, A. 2012. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.
- Hermawan, A. 2019. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.
- Karim, A. dkk. 2023. *Manajemen Transportasi*. Batam : Yayasan Cendikia Mulia Mandiri, 2023.
- Kotler, P dan Kevin Lane Keller. 2009. *Marketing Management 14th Edition*. New Jersey : Prentice Hall.
- Kotler, P dan Gary Amstrong. 2014. *Principle Of Marketing 15th Edition*. New Jersey : Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P dan Gary Armstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, P dan Kevin Lane Keller. 2016. *Manajemen Pemasaran edisi 12 jilid 1&2*. Jakarta : PT Indeks.
- Kotler, P dan Paul N. Bloom. 1995. *Teknik dan Strategi pemasaran Jasa Profesional*. Jakarta: Intermedia.
- Kotler, P dkk. 2019. *Manajemen Pemasaran Edisi Dua Belas*, Jakarta : Erlangga.
- Kriyantono, Rahmat. 2009. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Machfoedz, Mahfudz. 2005. *Pengantar Pemasaran Modern*. Yogyakarta : Penerbit UPP AMP YKPN, Yogyakarta.
- Miles dan Huberman. 1992. *Analisis Data Kualitatif*. (Jakarta: Universitas Indonesia Press.
- Moelong, Lexy J. 1996. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Moleong, Lexy J. 2009. *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Muhammad, Arni. 2014. *Komunikasi Organisasi*. Jakarta : Bumi Aksara.

- Mustari. 2019. *Manajemen Pemasaran (Teori dan Kasus Perusahaan Jasa*. Gowa : Pustaka Taman Ilmu.
- Nitisemito, Alex S. 1988. *Managemen Personalialia : Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta : Ghalia Indonesia.
- Nurhidayah, Atika. 2022. *Bentuk Komunikasi Pemasaran Dalam Home Industry Brem pak Marjudi*. (online) Skripsi, diakses pada 10 April pukul 14.05 WIB.
- Prisgunanto, Ilham. 2016. *Komunikasi Pemasaran*. Bogor : Ghalia Indonesia.
- Ruslan, Rosadi. 1998. *Manajemen Public Relations Dan Komunikasi*, Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Ruslan, Rosadi. 2006. *Manajemen Public Relations Dan Komunikasi, Kosepsi, Dan Aplikasi*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Rustanto, Bambang. 2015. *Penelitian Kualitatif Pekerjaan Sosial*. Bandung : PT. Rosdakarya.
- Schiffman, Leon G. dan Lesli Lazar Kanuk. 2002. *Consumer Behaviour Seven Edition*. New Jersey : Prentice Hall Inc.
- Shimp, Tereance A. 2000. *Periklanan Promosi : Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta : Erlangga.
- Shimp, Tereance A. 2001. *Periklanan Promosi : Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta : Erlangga.
- Shimp, Tereance A. 2003. *Periklanan Promosi : Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Erlangga.
- Soba, Mustofa dan Mufit Aydin. 2022. *Product Placement Efficiency in Marketing Communication Strategy*. *Usak University Turkey*, vol. 8 no. 12, diakses pada 10 April 2022
- Subadi, Tjipto. 2006. *Metode Penelitian Kualitatif*. Surakarta: Muhammadiyah University Press.

- Suprpto, Tommy. 2009. *Pengantar Teori & Manajemen Komunikasi*. Yogyakarta : Medpress.
- Suryadi, Edi. 2018. *Strategi Komunikasi : Sebuah Analisis Teori dan Praktis di Era Global*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Susilo, Wilhelmus Hary. 2010. *Penelitian Kualitatif*. Surabaya : CV. Garuda Mas Sejahtera.
- Sutisna. 2011. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Tafsirq. 2022. *Surat Al-Ira' Ayat 28*. diakses pada 10 April pukul 10.00 WIB
- Tafsirweb.com. 2023. *Surat Al-Maidah Ayat 2*. diakses pada tanggal 22 Januari Pukul 13.10 WIB
- Tafsirweb.com. 2023. *Surat Al-Maidah Ayat 90*. diakses pada tanggal 22 Januari Pukul 13.00 WIB
- Tafsirweb.com. 2023. *Surat Al-Mu' Minun Ayat 8*. diakses pada tanggal 22 Januari Pukul 13.36 WIB.
- Tafsirweb.com. 2023. *Surat An-Nisa Ayat 159*. diakses pada tanggal 22 Januari Pukul 12.50 WIB.
- Tafsirweb.com. 2023. *Surat An-Nisa Ayat 9*. diakses pada tanggal 22 Januari Pukul 12.45 WIB.
- Tafsir Jalalain, “*Surat An-Nisa ayat 9*”, diakses pada dari <https://tafsir.learn-quran.co/id/surat-4-an-nisa/ayat-9#> pada tanggal 5 Juli 2023 Pukul 21.00 WIB
- Tafsir Jalalain, “*Surat An-Nisa ayat 159*”, diakses pada dari <https://tafsir.learn-quran.co/id/surat-4-an-nisa/ayat-159#> pada tanggal 5 Juli 2023 Pukul 21.10 WIB
- Tafsir Jalalain, “*Surat Al-Maidah ayat 2*”, diakses pada dari <https://tafsir.learn-quran.co/id/surat-5-al-maidah/ayat-2#> pada tanggal 5 Juli 2023 Pukul 21.30 WIB
- Tafsir Jalalain, “*Surat Al-Maidah ayat 90*”, diakses pada dari <https://tafsir.learn-quran.co/id/surat-5-al-maidah/ayat-90#> pada tanggal 5 Juli 2023 Pukul 21.20 WIB



- Tafsir Jalalain, “*Surat Al-Muminun ayat 8*”, diakses pada dari <https://tafsir.learn-quran.co/id/surat-5-al-muminun/ayat-8#> pada tanggal 5 Juli 2023 Pukul 21.40 WIB
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2012. *Pemasaran Strategik : Mengupas Pemasaran Strategik, Branding Strategy, Customer Satisfaction, Strategi Kompetitif Hingga E-Marketing Edisi 2*. Yogyakarta : CV Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. 2002. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta : Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran Edisi III*. Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Tjiptono, Fandy. 2015. *Strategi Pemasaran Edisi Empat*. Yogyakarta : Andi.
- Villamour, Anthony Paul C. dan Roberto M. Arguelles. 2014. *Personal Selling And Social Media : Investigating Their Consequences To Consumer Buying Intention*. Batam : International Conference On Bussiness, Management & Corporate Social Responsibility (ICBMCSR).
- Wikipedia. 2021. *Bus*. diakses tanggal 29 Maret 2021, pukul 21.00 WIB
- Wiyati, Irna. 2022. *Strategi Komunikasi Pemasaran Rosalia Indah Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan PO. Rosalia Indah*. (online) Skripsi, diakses pada 10 April pukul 14.05 WIB.
- Yudha, Tangguh. 2022. *Jumlah PO Bus Di Indonesia Ada 5.349, Intip 17 PO paling populer*. Inews.id, Kamis 14 Juli Pukul 19.34.
- Yuti, Oka A. 1994. *Pemasaran Pariwisata Terpadu*. Bandung : Penerbit bandung Angkasa.